

Management Insight

Jurnal Ilmiah Manajemen

*Lizar Alfansi
Fachri Eka Saputra*

Rekonseptualisasi Konstruksi Orientasi Layanan Organisasi
Pada Sektor Perbankan Kota Bengkulu

*Trisna Murni
Sri Warsono*

Revitalisasi Budaya Kerja untuk Menciptakan Kelestarian
Lingkungan, Kemampuan Berwirausaha, Peningkatan
Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Kawasan Hutan di
Kabupaten Bengkulu Utara

Chairil Afandy

Pengaruh Manajemen Aset terhadap Optimalisasi Aset Tetap
(Tanah dan Bangunan) Pemerintah Daerah (Studi Kasus di
Kota Bengkulu)

Rina Suthia Hayu

Pengaruh Tiket *Online (E-Ticketing)* dan Harga Tiket Murah
pada Penerbangan Lion Air terhadap Minat Konsumen
Menggunakan Jasa Transportasi Bus PO. SAN Bengkulu

*Muhammad Ikbāl
Nurmadi Harsa
Berto Usman*

Pengaruh *Audit Delay, Size, Profitability*, dan *Age* terhadap
Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan pada Perusahaan
Manufaktur di Bursa Efek Indonesia

*Angga Kurniawan
Syamsul Bachri*

Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada KFC Jl. Soeprapto Kota
Bengkulu (*Aplikasi Quality Function Deployment*)

*Lisa Martiah Nila Puspita
Rosita*

Pengaruh Etika Kerja Islam Terhadap Sikap pada Perubahan
Organisasi: Komitmen Organisasi sebagai Intervening (Studi
Empiris pada Lembaga Keuangan Syariah di Kota Bengkulu)

Isma Coryanata

Komitmen Organisasi, Desentralisasi dan Budaya Organisasi
terhadap Hubungan Partisipasi Anggaran dengan Senjangan
Anggaran

Jurusan Manajemen

Fakultas Ekonomi

Management Insight

Jurnal Ilmiah Manajemen

ISSN 1978-3884



Volume 8, Nomor 1, April 2013

Rekonseptualisasi Konstruksi Orientasi Layanan Organisasi Pada Sektor Perbankan Kota Bengkulu 1-12

Lizar Alfansi & Fachri Eka Saputra

Revitalisasi Budaya Kerja untuk Menciptakan Kelestarian Lingkungan, Kemampuan Berwirausaha, Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Kawasan Hutan di Kabupaten Bengkulu Utara. 13-26

Trisna Murni & Sri Warsono

Pengaruh Manajemen Aset terhadap Optimalisasi Aset Tetap (Tanah dan Bangunan) Pemerintah Daerah (Studi di Kota Bengkulu) 27-41

Chairil Afandy

Pengaruh Tiket Online (E-Ticketing) dan Harga Tiket Murah pada Penerbangan Lion Air terhadap Minat Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Bus PO. SAN Bengkulu 41-66

Rina Suthia Hayu

Pengaruh Audit Delay, Size, Profitability, dan Age terhadap Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia 67-79

Muhammad Ikbal, Nurmadi Harsa, Berto Usman

Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu (Aplikasi Quality Function Deployment) 80-93

Angga Kurniawan & Syamsul Bachri

*Peran dan Sikap Kita dalam Terhadap Sikap pada Perubahan Organisasi:
Komitmen Organisasi sebagai Intervening (Studi Empiris pada Lembaga
Kewirausahaan di Kota Bengkulu)* 94-105

Ilse Martini Nila Puspita, Rosita

*Komitmen Organisasi, Desentralisasi dan Budaya Organisasi terhadap
Hubungan Partisipasi Anggaran dengan Senjangan Anggaran* 105-115

Isma Coryanata

**Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu
Jl. WR. Supratman, Kota Bengkulu
Telpon 0736-21170**

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA PADA KFC JL. SOEPRAPTO KOTA BENGKULU (Aplikasi Quality Function Deployment)

Angga Kurniawan & Syamsul Bachri
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bengkulu

Abstract. *The objective of this research is to determine the service quality that delivered by KFC Jl. Soeprapto Bengkulu City are reviewed based on application of Quality Function Deployment (QFD). The type of research is field survey. This research primer data and secondary data obtained by deploying a number of questionnaires to consumers and conduct interviews with the management of KFC Jl. Soeprapto Bengkulu city. Sampling method was done accidental random sampling technique by giving questionnaires to consumers which has at least 2 times to visit and feel the service from KFC Jl. Soeprapto Bengkulu city. A questionnaire was distributed by 40 respondents from KFC Jl. Soeprapto Bengkulu city and Bengkulu 40 respondents to the CFC. The method of analysis used is the method of QFD (Quality Function Deployment) using the 5 dimensions of service quality, there are physical evidence (tangibles), reliability, responsibility, assurance, and empathy. The results showed that the overall quality of services KFC JL. Soeprapto Bengkulu city has been good, but the dimensions of empathy was considered sufficient by the consumer.*

Keywords: *physical evidence, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, QFD*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Adanya kemajuan perekonomian global dewasa ini mendorong pertumbuhan sektor jasa. Banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini, demikian pula halnya kesempatan kerja semakin luas. Sehingga, banyak dijumpai berbagai jenis jasa dalam kehidupan sehari-hari.

Sektor jasa merupakan komponen yang tumbuh paling cepat, baik dalam perdagangan maupun investasi langsung luar negeri. Bisa dibayangkan betapa berpengaruhnya bisnis jasa dalam dunia modern. Kini setiap konsumen tidak lagi sekedar membeli suatu produk, tetapi juga segala aspek jasa atau pelayanan yang melekat pada produk tersebut, mulai dari tahap prapembelian hingga tahap purnabeli.

Bila ditinjau dari sudut pandang perusahaan, salah satu cara efektif dalam melakukan diferensiasi adalah melalui jasa atau pelayanan yang diberikan. Hal ini membawa perubahan yang cukup mendasar dalam bisnis utama perusahaan. Misalnya, bisnis utama restoran bergeser dari sekedar menyediakan segala macam makanan untuk dijual, menjadi usaha melayani dan memuaskan rasa lapar para pelanggan dengan disertai usaha menyediakan suasana yang kondusif bagi

pelanggan untuk menikmati hidangan. Bahkan tidak jarang pula direstoran disajikan pula hiburan musik.

Ketatnya persaingan mendorong para produsen untuk dapat menghasilkan produk atau jasa yang memiliki daya saing tinggi dalam usaha memenangkan pasar. Kentucky Fried Chicken atau lebih dikenal dengan sebutan KFC merupakan salah satu restoran cepat saji yang turut bersaing dalam merebut pangsa pasar. KFC telah hadir mendunia di lebih dari 80 negara.

KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu telah hadir sejak 5 tahun yang lalu. Restoran cepat saji ini langsung menjadi leader dari pesaing-pesaingnya yang sudah jauh hadir sejak lama di kota Bengkulu, seperti CFC, Saimens serta restoran cepat saji lainnya. Untuk menarik perhatian konsumennya, KFC juga selalu menawarkan paket atau menu-menu baru dengan bentuk dan nama yang unik. Setiap menu memiliki iklan dan promo tersendiri yang diikuti dengan bonus-bonus tertentu dan menarik. KFC juga begitu banyak memakai artis terkenal dalam setiap iklannya guna menarik perhatian konsumen.

Selain itu KFC memberikan suasana ruangan yang memadai, modern serta menyenangkan dengan fasilitas inti serta pendukung yang ada didalam ruangan dalam upaya memberikan kenyamanan para pelanggannya. Begitu pula dengan jasa layanan oleh karyawan KFC yang begitu berkompeten sehingga membuat konsumen merasa senang dan nyaman. Karena pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat digunakan sebagai strategi bersaing yaitu melalui kepuasan konsumen.

Layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produk layanan bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. (Simamora 2001 ; 171). Sistem pelayanan di KFC ini diterapkan secara profesional dengan standar yang cepat dan tepat. Keramahan para karyawan dan kecakapan mereka dalam melayani kebutuhan pelanggan dapat diandalkan sebagai salah satu strategi untuk dapat memuaskan konsumen dan diharapkan menjadi konsumen yang loyal.

Dalam perkembangannya, banyak usaha restoran terus memperbaiki pelayanan restoran dengan menambah serta merubah produk, fasilitas serta layanan atau jasanya. Banyaknya alternatif konsumen dalam membeli produk dan jasa pada restoran sebagai upaya untuk meningkatkan pangsa pasar, menyebabkan KFC memerlukan upaya untuk mendengarkan pelanggan atau sering disebut *Listening to the voice of customer*. Selain itu, keberhasilan suatu produk dan layanan jasa tergantung dari bagaimana kualitas produk dan jasa tersebut memenuhi harapan konsumen.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menghasilkan produk dan jasa restoran yang dapat memenuhi keinginan konsumen adalah dengan menetapkan *Quality Function Deployment (QFD)* dalam pembuatan produk dan jasanya. KFC akan semakin kompetitif dari para pesaingnya seperti CFC, Saimens dan lainnya yang merupakan usaha sejenis, dengan menyesuaikan spesifikasi pelayanannya dengan harapan konsumen. QFD merupakan alat yang digunakan untuk pelaksanaan *Total Quality Mutu (TQM)* dalam pengembangan produk dan jasa.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan daya saing, *CEO of Midlle America Corporation* menyatakan: "Pelanggan belum merasa puas akan produk atau jasa yang mereka hasilkan karena nilai (*value*) yang

mereka dapatkan dari produk atau jasa tersebut belum memenuhi keinginan dan kebutuhan yang dapat memberikan kepuasan pada pelanggan". Kondisi persaingan ini menuntut KFC untuk terus berusaha mendesain produk serta pelayanan secara maksimal berdasarkan keinginan konsumen, sehingga kuantitas dan kualitas pelayanannya akan meningkat secara signifikan. Karena perusahaan yang dapat memberikan produk dan layanan terbaiklah yang akan dipilih masyarakat yang dalam hal ini bertindak sebagai konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian survey digunakan untuk mengukur gejala-gejala yang ada tanpa menyelidiki kenapa gejala-gejala tersebut ada sehingga tidak perlu memperhitungkan hubungan antara variabel-variabel karena hanya menggunakan data yang ada untuk pemecahan masalah dari pada menguji hipotesis (Umar, 2002: 23). Penelitian ini bersifat survey lapangan yaitu melakukan penyebaran kuisioner kepada pengguna jasa KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu serta sebagian konsumen yang menggunakan jasa, dalam hal ini perusahaan pembandingnya yaitu CFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu.

Pengambilan Sampel

Data dikumpulkan dengan cara mengambil sampel secara *Accidental Random Sampling* yaitu konsumen yang diambil secara kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan dirasa cocok untuk dijadikan responden, dan dalam hal ini konsumen yang minimal sudah 2 kali berkunjung dan merasakan layanan KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu. Kuisioner dibagikan kepada konsumen selama 2 minggu, jumlah responden sebanyak 40 orang sampel yang berasal dari konsumen KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu dan 40 orang berasal dari sampel pembanding yaitu CFC Bengkulu. Kemudian dilakukan juga wawancara terhadap pihak manajemen, dalam hal ini wawancara dilakukan langsung kepada pimpinan KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu.

Sumber Data

Sumber data yang dapat digunakan dalam suatu penelitian dapat berasal dari :

1. Data primer: Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari pelanggan KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu dan selain itu pimpinan dari KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu juga dilibatkan dalam objek penelitian ini, serta pelanggan dari CFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu sebagai pembanding.
2. Data skunder: Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek penelitian tetapi ada informasi yang diperoleh berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Baik itu dari buku literatur ataupun dari laporan historis atau catatan yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi lapangan, metode ini dilakukan dengan cara melakukan hubungan langsung terhadap objek yang diteliti melalui :

1. Kuisisioner: Suatu metode yang dipergunakan untuk mendapatkan data primer dari konsumen KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu dan konsumen CFC. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert* , skala digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuisisioner tersebut ditujukan untuk konsumen KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu sebanyak 40 responden dan konsumen CFC sebanyak 40 responden.
2. Wawancara: Mengadakan tanya jawab dengan pimpinan KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu, serta memberikan penjelasan tambahan bagi responden yang merasa pertanyaan pada kuisisioner kurang jelas.

Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif yaitu suatu pendekatan yang dinyatakan dalam bentuk kata dan penjabarannya yang digunakan untuk mendeskripsikan hasil dari penelitian. Sedangkan analisis kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang dinyatakan dalam bentuk angka. Adapun tahap yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Tahap pertama :
 - a. Menghitung kuisisioner yang masuk
 - b. Menghitung derajat kepentingan keinginan dan perhitungan rerata (Nasution, 2005: 72).

$$X_1 = \frac{\sum DK_i}{n} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan :

X1 = Rerata Derajat Kepentingan
DKi = Derajat Kepentingan Responden ke-i
n = Jumlah Responden

Pada tahap ini diketahui derajat atau bobot yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi sampai dengan derajat yang memiliki tingkat kepentingan paling rendah. Derajat kepentingan digunakan untuk memposisikan setiap keinginan ataupun kebutuhan anggota atau bentuk data kuantitatif dengan tujuan memprioritaskan keinginan atau kebutuhan anggota.

Data kuantitatif tersebut diperoleh dari kuisisioner yang berupa skala nilai. Skala yang digunakan adalah 1 sampai 5 yang didefinisikan sebagai berikut

1= Tidak Setuju (TS) 4 = Setuju (S)
2 = Kurang Setuju (KS) 5 = Sangat Setuju (SS)
3 = Cukup (C)

Pemberian bobot dimulai dari atribut yang sangat setuju dengan bobot (1) sampai dengan atribut yang tidak setuju dengan nilai (5). Bobot masing-masing pelanggan dihitung dengan rerata.

2. Tahap Kedua

- a. Menentukan kinerja dari setiap atribut jasa KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu (Nasution, 2005: 72)

$$X_2 = \frac{\sum DK_i}{n} \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

X = Rerata Derajat Kepentingan

Ki = Kinerja Atribut Jasa ke-i

n = Jumlah Responden

Kinerja atribut jasa perusahaan dipandang dari sisi anggota ini adalah menentukan besarnya target dari perusahaan, maka harus diketahui kinerja KFC dan pembandingnya CFC.

Menentukan skala preferensi dari setiap atribut jasa perusahaan.

1 = Tidak Setuju (TS) 4 = Setuju (S)

2 = Kurang Setuju (KS) 5 = Sangat Setuju (SS)

3 = Netral/Cukup (C)

Pemberian bobot dimulai dari atribut sangat setuju dengan bobot (1) sampai dengan atribut yang tidak setuju dengan (5) kemudian dihitung rerata.

3. Tahap ketiga

Tahap analisa dan interpretasi dari keseluruhan tahap diatas untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari layanan yang diberikan oleh KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu yang dihubungkan dengan kepuasan yang dirasakan oleh pengguna jasa melihat dari sisi layanan yang diberikan oleh pembanding yaitu layanan jasa CFC Jalan Bengkulu. Jika mutu pelayanan yang diberikan oleh pihak KFC lebih rendah dari CFC maka kinerja KFC masih kurang baik sehingga pelanggan masih kurang terpuaskan.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Responden yang dijadikan sample dalam penelitian ini adalah konsumen KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu, serta sample pembanding adalah konsumen CFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu. Didalam pengambilan sample responden dilakukan selama penelitian berlangsung, kurang lebih selama 2 minggu dan sebanyak 40 responden pada KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu dan 40 responden CFC. Sample diambil langsung dari konsumen dengan cara mengisi kuisisioner yang telah disediakan.

Analisis Derajat Kepentingan

Data keinginan dan kebutuhan konsumen diperoleh dengan menggunakan kuesioner pertama dengan jumlah 40 responden. Kuesioner pertama atau kuesioner A ini berisi daftar pertanyaan mengenai mutu pelayanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan kepuasan pelanggan yaitu pelayanan yang dirasakan konsumen KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu sedangkan 40 responden pada kuesioner B mengenai daftar pertanyaan mengenai mutu pelayanan yang diharapkan dan kepuasan konsumen yaitu pelayanan yang dirasakan konsumen CFC. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan-pertanyaan yang merupakan variabel-variabel keinginan konsumen yang teridentifikasi oleh peneliti dengan cara observasi dan wawancara lisan dengan konsumen dan pimpinan KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu.

Setelah didapat data-data yang dibutuhkan dari konsumen, maka atribut-atribut tersebut akan digunakan sebagai acuan dalam pengolahan data selanjutnya.

Bobot dan Simbol Penilaian Masing-masing Atribut Kinerja Jasa

Setiap atribut jasa diberi bobot dan simbol yang jelas agar pihak KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu mengetahui referensi skala yang telah dicapai maupun yang akan dicapai guna menghitung rerata bobot 5. Sedangkan atribut jasa yang dianggap kurang diberi bobot 1. Berikut adalah cara menghitung nilai bobot.

$$\text{Interval Kelas : } \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

Jumlah Kelas 5

Selain diberi bobot, atribut jasa diberi penilaian atas kinerja yang dilakukannya, seperti tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1.

Bobot dan Simbol Penilaian Kinerja Atribut Jasa

Bobot	Simbol
1 - 1.80	Sangat Kurang (SK) / Sangat Kurang Penting (SKP)
1.81 - 2.60	Kurang Baik (KB) / Kurang Penting (KP)
2.61 - 3.40	Cukup Baik (CB) / Cukup Penting (CP)
3.41 - 4.20	Baik (B) / Penting (P)
4.21 - 5	Sangat Baik (SB) / Sangat Penting (SP)

Tabel 2.

Parameter Teknik / Penjelasan Teknis Yang Dianggap Penting Oleh Pimpinan KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu

No	Parameter teknik
1	KFC menggunakan bahan baku dan peralatan terbaik dan memasak saat menu dipesan
2	KFC selalu menawarkan menu-menu baru yang menarik diikuti promo yang menarik dan menyenangkan
3	KFC menggunakan AC, TV LCD, serta musik dengan lagu-lagu Hits serta fasilitas inti dan pendukung lainnya yang modern
4	Karyawan KFC selalu berpenampilan bersih, rapi dan modern
5	KFC memberikan menu yang menarik dan bervariasi diikuti dengan bonus-bonus tertentu dan menarik
6	KFC memberikan waktu tunggu yang maksimal sesuai jumlah pesanan dengan joki yang berpengalaman
7	KFC memberikan quisioner woowing serta selalu update dengan promo dan iklan dengan icon artis terkenal
8	Karyawan KFC melayani dengan hati dan bersikap sopan dan selalu senyum ramah
9	Karyawan KFC ditraining sehingga berkompeten dan memiliki basic costumer service
10	Karyawan KFC selalu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan
11	KFC memberikan respon positif dalam menanggapi kritik dan saran

Sumber : Hasil Penelitian, 2012

Tabel 3.
Pengaruh Antara masing-masing Atribut Jasa Dengan Masing-masing Penjelasan Teknis

Atribut Produk	Penjelasan Teknis										
	KFC menggunakan bahan baku dan peralatan terbaik dan memasak menu baru yang menarik diikuti promo yang menarik dan KFC menggunakan AC, TV LCD, serta musik dengan lagu-lagu Hits KFC sebagai berpenampilan bersih, rapi dan menarik dan bervariasi diikuti dengan bonus-bonus tertentu dan KFC memberikan waktu tunggu yang maksimal jumlah KFC memberikan quisioner karyawan KFC melayani dengan hati dan bersikap sopan dan selalu karyawan KFC utamakan semesta berkompeten dan memiliki basic karyawan KFC berkomunikasi dengan baik KFC memberikan respon positif dalam menyelesaikan masalah dan keluhan										
KFC memberikan makanan dan minuman yang halal dan sehat.	K										
KFC memberikan makanan dan minuman yang bersih dan masih segar	K										
Menu yang ditawarkan memiliki ciri khas tersendiri	L	K			K						
Fasilitas inti, fasilitas pendukung, serta layout yang memadai dan modern.			K								
Penampilan karyawan bersih, rapi, dan modern				K				L	S		
KFC menyediakan jasa layanan dengan baik dari awal hingga akhir	L	L	L	L	L	L	L	S	K	S	L
KFC memberikan menu yang menarik dan bervariasi	S	K			K						
KFC memberikan layanan pesan antar tepat waktu						K		L	S	L	
Karyawan KFC memberikan layanan dengan cepat tepat						L		L	L	L	
Kemampuan karyawan membantu kesulitan dan keluhan konsumen dengan akurat							L	S	L	L	L
Karyawan KFC meluangkan waktu untuk menanggapi dan memberikan informasi		L				L	K	L	L	L	L
KFC memberikan rasa aman dan nyaman saat diruangan			K	L	S			L	L	L	
Karyawan KFC sopan dan ramah memberil layanan				L				K	L	L	L
Karyawan KFC yang berkompeten	S			L	L	L	L	L	K	S	L
Karyawan KFC bersungguh-sungguh memperhatikan kebutuhan konsumen	S	S	L		S	L	L	L	L	L	L
Karyawan KFC berkomunikasi dengan baik dan memahami kebutuhan konsumen						L	L	L	L	K	L
Karyawan KFC memberikan respon baik serta menerima kritik dan saran								L	L	L	K

Sumber: Hasil Penelitian, 2012.

Keterangan: K = Kuat, S = Sedang, L = Lemah.

Tabel 4.

Perhitungan pengaruh antara masing-masing atribut jasa dengan masing-masing penjelasan teknis

Penjelasan Teknis	Atribut Produk	KFC menggunakan bahan baku dan peralatan terbaik dan memasak saat menu dibeskan	KFC selalu menawarkan menu-menu baru yang menarik diikuti promo yang menarik dan menyenangkan	KFC menggunakan AC, IV LCD, serta musik dengan lagu-lagu Hits serta fasilitas ini yang modern	Karyawan KFC selalu berpenampilan bersih, rapi dan modern	KFC memberikan menu yang menarik dan bervariasi diikuti dengan bonus-bonus tertentu dan menarik	KFC memberikan waktu tunggu yang maksimal sesuai jumlah pesanan	KFC memberikan quisioner woowing serta selalu update dengan promo dan	Karyawan KFC melayani dengan hati dan bersikap sopan dan selalu senyum ramah	Karyawan KFC ditraining sehingga berkompeten dan memiliki basic costumer service	Karyawan KFC selalu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan	KFC memberikan respon positif dalam menanggapi kritik dan saran
KFC memberikan makanan dan minuman yang halal dan sehat.	5											
KFC memberikan makanan dan minuman yang bersih dan masih segar	5											
Menu yang ditawarkan memiliki ciri khas tersendiri	1	5				5						
Fasilitas inti, fasilitas pendukung, serta layout yang memadai dan modern.				5								
Penampilan karyawan bersih, rapi, dan modern					5				1	3		
KFC menyediakan jasa layanan dengan baik dari awal hingga akhir.	1	1	1	1	1	1	1	1	3	5	3	1
KFC memberikan menu yang menarik dan bervariasi	3	5				5						
KFC memberikan layanan pesan antar tepat waktu							5		1	3	1	
Karyawan KFC memberikan layanan dengan cepat tepat							1		1	1	1	
Kemampuan karyawan membantu kesulitan dan keluhan konsumen dengan akurat								1	3	1	1	1
Karyawan KFC meluangkan waktu untuk menanggapi dan memberikan informasi		1					1	5	1	1	1	1
KFC memberikan rasa aman dan nyaman			5	1	3				1	1	1	

Tabel 4 (Lanjutan)

saat diruangan											
Karyawan KFC sopan dan ramah memberil layanan				1				5	1	1	1
Karyawan KFC yang berkompeten	3			1	1	1	1	1	5	3	1
Karyawan KFC bersungguh-sungguh memperhatikan kebutuhan konsumen	3	3	1		3	1	1	1	1	1	1
Karyawan KFC berkomunikasi dengan baik dan memahami kebutuhan konsumen						1	1	1	1	5	1
Karyawan KFC memberikan respon baik serta menerima kritik dan saran								1	1	1	5
JUMLAH	21	15	12	9	18	11	10	20	24	19	12

Sumber: Hasil Penelitian, 2012.

Keterangan: 5 = Kuat, 3 = Sedang, 1 = Lemah

Tabel 5.

Menentukan Prioritas Penjelasan Teknis Dari Perhitungan Pengaruh Antara Masing-masing Atribut Jasa Dengan Masing-masing Penjelasan Teknis

No	Jenis pelayanan	Bobot	Kode	Urutan Prioritas
1	Karyawan KFC ditraining sehingga berkompeten dan memiliki basiv customer service	24	KI	I
2	KFC menggunakan bahan baku dan peralatan terbaik serta memasak menu saat dipesan	21	KA	II
3	Karyawan KFC melayani dengan hati dan bersikap sopan serta selalu tersenyum ramah	20	KH	III
4	Karyawan KFC selalu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan	19	KJ	IV
5	KFC memberikan menu yang menarik dan bervariasi diikuti dengan bonus-bonus tertentu serta menarik	18	KE	V
6	KFC selalu menawarkan menu-menu baru yang menarik diikuti promo yang menarik dan menyenangkan	15	KB	VI
7	KFC menggunakan AC, TV LCD, serta musik dengan lagu hits serta fasilitas inti dan pendukung modern	12	KC	VII
8	KFC memberikan respon positif dalam menanggapi kritik dan saran	12	KK	VII
9	KFC memberikan waktu tunggu yang maksimal sesuai jumlah pesanan dan jarak tempuh serta joki yang berpengalaman	11	KF	VIII
10	KFC memberikan quisioner woowing serta selalu update dengan promo dan iklan dengan icon artis terkenal	10	KG	IX
11	Karyawan KFC selalu berpenampilan bersih, rapi dan modern	9	KD	X

Sumber : Hasil Penelitian 2012

Tabel 6.
Konflik dan Sinergi Penjelasan Teknis

No	Bobot Prioritas	Jenis Pelayanan	Jenis Hambatan	Sifat	Latar Belakang	Kode	Penyelesaian
1	24	Karyawan KFC ditraining sehingga berkompeten dan memiliki basic customer service	Masih kurang maksimalnya karyawan dalam melayani dengan berkompeten	KNF	Memberikan layanan yang selalu prima	KI	Menegaskan lagi karyawan agar selalu maksimal dalam melayani
2	21	KFC menggunakan bahan baku dan peralatan terbaik serta memasak menu saat dipesan	Masih kurangnya tenaga ahli masak yang membuat pesanan sedikit menunggu	KNF	Agar konsumen merasa puas akan menu pesanan	KA	Menambah tenaga ahli dan memperbanyak unit peralatan
3	20	Karyawan KFC melayani dengan hati dan bersikap sopan serta selalu tersenyum ramah	Terkadang masih belum maksimalnya karyawan dalam melayani dengan hati	KNF	Memberikan rasa senang dan nyaman terhadap konsumen	KH	Menegaskan karyawan agar selalu maksimal melayani konsumen dengan hati
4	19	Karyawan KFC selalu berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan	Kurangnya kesadaran konsumen untuk mengkomunikasikan kebutuhan atau harapannya	SNG	Agar memahami kebutuhan konsumen dan merasa puas	KJ	Menegaskan karyawan untuk lebih aktif berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen
5	18	KFC memberikan menu yang menarik dan bervariasi diikuti dengan bonus-bonus tertentu serta menarik	Masih kurang berminatnya konsumen untuk menikmati berbagai menu serta bonus dari KFC	SNG	Memberikan rasa senang dan kepuasan terhadap konsumen akan menu yang ditawarkan	KE	Memperbanyak iklan dan promo tentang menu dan bonus-bonus dari menu pesanan
6	15	KFC selalu menawarkan menu-menu baru yang menarik diikuti promo yang menarik dan menyenangkan	Konsumen kurang mengetahui tentang menu baru yang ditawarkan	SNG	Menciptakan menu yang berciri khas agar konsumen tertarik	KB	Menambah dan memperbanyak iklan dan promo terhadap konsumen
7	12	KFC menggunakan AC, TV LCD, serta musik dengan lagu-lagu hits serta fasilitas inti dan pendukung yang modern	Kurangnya kesadaran konsumen untuk tidak merokok diruangan dan untuk menjaga kebersihan yang dapat mengganggu konsumen lain	SNG	Memberikan rasa nyaman dan puas terhadap konsumen	KC	Menegaskan konsumen dengan memasang poster-poster larangan serta ajakan
8	12	KFC memberikan respon positif dalam menanggapi kritik dan saran	Kurangnya kemauan konsumen untuk menyampaikan keluhan atau saran	SNG	Meningkatkan kualitas produk serta layanan yang prima	KK	Menghimbau konsumen untuk ikut aktif dalam meningkatkan kualitas dan kenyamanan

Tabel 6 (Lanjutan)

9	11	KFC memberikan waktu tunggu yang maksimal sesuai jumlah pesanan dan jarak tempuh serta joki yang berpengalaman	Terkadang konsumen memberikan alamat tidak lengkap dan membingungkan	SNG	Agar konsumen puas akan ketepatan layanan	KF	Menginformasikan kepada konsumen agar memberikan alamat yang tepat
10	10	KFC memberikan quisioner woowing serta selalu update dengan promo dan iklan dengan icon artis terkenal	Kurangnya kemauan konsumen untuk serius dalam mengisi kuisioner	SNG	Memahami harapan konsumen akan produk dan jasa	KG	Mengajak konsumen agar bisa dengan benar menyampaikan harapannya
11	9	Karyawan KFC selalu berpenampilan bersih, rapi dan modern	Terkadang kurang maksimalnya karyawan dalam menjaga penampilan	KNF	Memberikan rasa senang dan nyaman terhadap konsumen	KD	Mendisiplinkan dan menegaskan karyawan agar selalu menjaga penampilan dalam melayani

Sumber: Hasil Penelitian, 2012

PEMBAHASAN

Dari ke 11 parameter teknik yang telah digunakan dan diurutkan bobotnya maka dicari penyelesaian dari atribut-atribut tersebut agar dapat memperbaiki kinerja KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu kedepannya antara lain :

1. Karyawan KFC melewati masa training sehingga berkompeten dan memiliki basic customer service.
Dalam hal ini karyawan perlu selalu ditegaskan agar selalu berkompeten dan maksimal dalam memberikan layanan yang prima terhadap pelanggan.
2. KFC menggunakan bahan baku dan peralatan terbaik serta memasak saat menu dipesan.
Dalam hal ini perlu diperbanyak tenaga ahli masak serta peralatan agar konsumen tidak terlalu lama menunggu ketika banyak pelanggan yang memesan menu.
3. Karyawan KFC melayani dengan hati dan bersikap sopan serta selalu tersenyum ramah dalam melayani.
Hal ini merupakan salah satu yang membuat konsumen merasa senang, nyaman dan puas akan layanan. Maka perlu ditegaskan agar karyawan selalu maksimal dalam melayani dengan hati.
4. Karyawan KFC berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan.
Dalam hal ini, hendaklah karyawan lebih aktif dan berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen agar konsumen puas mengkomunikasikan kebutuhannya.
5. KFC memberikan menu yang menarik dan bervariasi diikuti dengan bonus-bonus tertentu dan menarik.

Dalam hal ini hendaknya memperbanyak iklan serta promo tentang menu dan bonus-bonusnya agar lebih sampai kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk memesan menu.

6. KFC selalu menawarkan menu-menu baru yang menarik diikuti promo yang menyenangkan.
Perlu diperbanyak iklan dan promo yang menyenangkan dan menghibur konsumen sehingga informasi tentang menu sampai kepada konsumen.
7. KFC menggunakan AC, TV LCD, serta musik dengan lagu-lagu hits dan fasilitas inti serta pendukung yang modern dan memadai.
Hal ini perlu selalu diperhatikan dan ditingkatkan dalam menunjang kenyamanan dan kepuasan konsumen didalam ruangan serta memasang poster-poster larangan dan ajakan kepada konsumen dalam menciptakan kenyamanan dan kepuasan bersama.
8. KFC memberikan respon positif dalam menanggapi kritik dan saran.
Hal ini salah satu upaya dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan, hendaklah pihak KFC menghimbau konsumen agar senantiasa menyampaikan kritik atau saran dalam upaya meningkatkan kepuasan.
9. KFC memberikan waktu tunggu yang maksimal sesuai jarak tempuh dan jumlah pesanan serta menggunakan joki yang berpengalaman.
Agar layanan pesan antar sampai dengan tepat dan konsumen merasa puas, maka perlu konsumen memberikan alamat yang lengkap dan jelas agar joki mampu cepat dan tepat dalam mengantarkan pesanan.
10. KFC memberikan quisioner woowing serta selalu update dengan promo dan iklan dengan icon artis terkenal.
Perlu dijelaskan kepada konsumen agar dengan benar mengisi quisioner sehingga pihak KFC memahami harapan dari pelanggan.
11. Karyawan KFC selalu berpenampilan bersih, rapi dan modern.
Agar konsumen merasa senang dan nyaman dalam mendapatkan pelayanan dari karyawan, maka perlu ditegaskan dan disiplinkan karyawan untuk selalu maksimal dalam menjaga penampilan.

Selanjutnya dari data yang diolah, hasil mutu pelayanan yang diberikan oleh pihak KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu dengan total 3,898 masih lebih unggul dibandingkan CFC yang bernilai 3,109. Dengan jumlah nilai yang lebih unggul dari pesaingnya, pihak KFC harus tetap dan selalu memperbaiki kinerjanya karena masih ada atribut atau layanan yang nilainya masih dibawah harapan pelanggan meskipun secara keseluruhan KFC sudah memenuhi harapan pelanggan dengan total rata-rata 93,13 %.

Aplikasi QFD – Quality Function Deployment

Untuk mengaplikasikan apakah fungsi kualitas sudah diterapkan dengan baik oleh KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu. Dengan cara perbandingan antara kinerja yang dihasilkan dengan harapan dari konsumen. kinerja KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu dikatakan baik yaitu 3,898 dan harapan dikatakan penting yaitu 4,193 dengan persentasi kinerja sebesar 93,13%. Jadi dengan sedikit lebih rendahnya kinerja yang dihasilkan oleh KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu dibandingkan dengan harapan konsumen, diharapkan KFC Jl. Soeprapto Kota

Bengkulu dapat melakukan perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan dengan melihat atribut jasa yang dipentingkan konsumen.

KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Kualitas pelayanan KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu secara keseluruhan telah baik. Dari dimensi bukti fisik (*tangibles*) memperoleh simbol B (Baik), pada dimensi kehandalan (*reability*) memperoleh simbol B (Baik), pada dimensi daya tanggap (*responsive*) memperoleh simbol SB (Sangat Baik), pada dimensi jaminan (*assurance*) memperoleh simbol B (Baik), dan pada dimensi terakhir empati (*emphaty*) memperoleh simbol CB (Cukup Baik). Kinerja atribut jasa yang sangat baik dirasakan konsumen yaitu pada atribut ke- 10 Kemampuan karyawan KFC dalam membantu kesulitan dan kebutuhan pelanggan secara akurat. Kinerja atribut jasa yang masih dirasa hanya cukup yaitu atribut ke- 16 Karyawan berkomunikasi dengan baik terhadap pelanggan (lihat Tabel 4.3).
2. Persepsi konsumen terhadap kinerja atribut KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu bahwa secara keseluruhan KFC lebih unggul dari pesaingnya yaitu CFC, dengan perbandingan total nilai KFC 3,898 sedangkan total nilai CFC 3,109.

SARAN

1. Sebaiknya pihak KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu dapat meningkatkan kinerja atribut jasanya yang masih hanya dirasa cukup yaitu pada dimensi empati (*emphaty*). KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu perlu memperhatikan lagi atribut-atribut yang masih belum maksimal dalam pencapaiannya. Dengan menerapkan strategi baru atau inovasi pelayanan sehingga meningkatkan kepuasan konsumen dan perlu ditingkatkan lagi kesadaran serta kedisiplinan karyawan akan pentingnya selalu memberikan layanan yang baik dan prima.
2. Pihak KFC Jl. Soeprapto Kota Bengkulu hendaknya meningkatkan lagi pelayanannya dengan mengembangkan dan meningkatkan atribut-atribut yang dianggap sangat penting oleh pelanggan agar harapan pelanggan dapat terpenuhi

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, Feru (2011). *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada Kantor Pos Cabang Bengkulu Lingkar Timur (Aplikasi Quality Funtion Deployment)/Skripsi*. Bengkulu.
- Ariani, Dorothea Wahyu, (2002). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Ghalia Indonesia: Jakarta
- Cohen, Lou. (1995). *Quality Funtion Deployment : How to Make QFD Work for you*. Addison-Weskey Publishing Company : Singapore

- Fandy Tjiptono, (2004), *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta
<http://bidanshop.blogspot.com/2008/02/Metode Pengumpulan Data.html>
<http://kangsaviking.wordpress.com/Kualitas pelayanan perusahaan>
<http://www.Oppapers.com/essays/Parasuraman-5-Gap-Model/207853>
<http://id.shvoong.com/business-management/technology-operations-management/2180652-defenisi-atau-pengertian-quality-funct>
<http://www.smakristencilacap.com/id/arti-pemasaran-dan-manajemen-pemasaran/dimensi-kualitas-jasa/>
<http://www.untukku.com/artikel-untukku/pengertian-kualitas-untukku.html>
- Kurniawan, Aulia (2010). *Analisis Kualitas Pelayanan Perpustakaan Daerah Provinsi Bengkulu (Aplikasi Quality Function Deployment)/Skripsi*.Bengkulu
- Fiona, Febzi (2012). *Analisis Kualitas Jasa Lembaga Pendidikan Talenta Dengan Menggunakan Metode QFD/Skripsi*.Bengkulu
- Lovelock, Cristhophet H. (1984). *Managing Service*, Prentice Hall, Englewood. Cliff.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Nasution, M. Nur. (2003). *Manajemen Mutu Terpadu (Terpadu Total Quality Management)*. Ghalia Indonesia Jakarta
- Render, Barry dan Heizer, Jay (2005). *Manajemen Operasi* Salemba Empat Jakarta
- Saladin, Djaslim dan Oesman, Yevismarti (1994). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Media IPTEK Bandung.
- Supranto, (1997), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Umar, Husen. (2002). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta; PT Raja Grafindo Persada
- Zeithaml, VA; Bitner, (2005). Conceptual Model Service Quality. *Journal of Marketing* Volume 49, Fall, pp. 12-20.
- Rahma, Putra Juara (2012). *Analisis Kualitas Pelayanan Dengan Metode QFD Terhadap Fasilitas Studio Rekaman Vansrilla Bengkulu/skripsi*. Bengkulu